

A Produção de sentidos no fotojornalismo - uma análise a partir das imagens dos primeiros dias do Governo Lula¹

Jorge FELZ²

Universidade Federal de Juiz de Fora, Minas Gerais

RESUMO

O fotojornalismo construiu, ao longo dos últimos cem anos, um modelo muito particular de “imagem ideal”. Este modelo teria, como características, um conjunto de práticas cotidianas referenciadas e estabelecidas a partir dos manuais e de regras de pauta e edição do material fotográfico. Em janeiro de 2023, o início do governo Lula, foi marcado por imagens importantes. Partindo de algumas destas imagens, este trabalho procura analisar como tais imagens se enquadram no modelo do “bom fotojornalismo”. A Análise da Materialidade Audiovisual - AMA - surge aqui como ferramenta metodológica capaz de permitir a reflexão e a análise de como se dá a produção de sentidos no fotojornalismo e como tais imagens podem ser encaixadas no chamado “bom fotojornalismo” ao mesmo tempo que parecem fugir lógica da objetividade jornalística.

PALAVRAS-CHAVE: fotografia; fotojornalismo; produção e edição de imagens; produção de sentidos.

Introdução

Dia 1 de Janeiro de 2023, domingo, Brasília, passa um pouco do meio-dia: Depois de quatro anos loucos, com uma pandemia no meio, assistimos a posse do Presidente Lula. A imagem fotográfica que “corre o mundo” é a do presidente subindo a rampa com sua mulher e os representantes do “povo brasileiro” (imagem 1). 08 de Janeiro de 2023, domingo, Brasília, logo depois do meio-dia: somos apresentados à selvageria de grupos de seguidores do ex-presidente Bolsonaro, invadem e destroem boa parte das instalações do STF, do Congresso e do Palácio do Planalto. Não uma, mas várias imagens apresentam a sanha da turba. Jornais do dia seguinte trazem imagens das vidraças quebradas do Planalto (imagem 2), das Cadeiras do STF jogadas no jardim e do golpistas espalhados pela laje do Congresso. 19 de janeiro de 2023, quinta-feira, a imagem do dia - estampada na primeira página do Jornal Folha de S. Paulo (FSP) - traz um Lula esboçando um sorriso e ajeitando a gravata, por trás de um vidro estilhaçado (imagem 3).

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa - Fotografia do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Doutor em Comunicação (UFF), Professor Adjunto IV do Departamento de Técnicas Profissionais da Faculdade de Comunicação - UFJF. E-mail: jorgefelz@gmail.com.



Imagem 1 - Folha de S. Paulo: 02/01/2023

A imagem (e assim será conceituada), feita pela fotógrafa Gabriela Biló, da sucursal de Brasília da FSP, é apresentada na legenda como o resultado de uma múltipla exposição³, uma fotomontagem, técnica presente desde os primórdios da fotografia no século XIX e não passa de uma truncagem, ou melhor de um ato de manipulação da imagem.

Entretanto, o leitor médio poderia ser capaz de compreender que uma imagem, resultante de múltipla exposição, é a mesma coisa que uma imagem manipulada, intencionalmente criada? Embora seja impossível medir qual o exato efeito da imagem sobre os leitores, a publicação da imagem na capa do jornal gerou imediatamente uma série de discussões públicas.

A primeira batalha foi hermenêutica e política, ou de politização partidária da interpretação de uma imagem. Como interpretar o que queria dizer a tal pergunta teórica chega tarde demais, pois as pessoas já decidiram o que a foto quis dizer e já se convenceram de qual a tese política embutida nela. (GOMES, 2023).

Mas houve quem tomasse posição a partir de uma visão epistemológica, a partir da ideia que, imagens tomadas da forma como esta foi, apresentariam uma falsa versão do acontecimento e, portanto, seria mau jornalismo, embora não houvesse qualquer aprofundamento desta noção de “mau jornalismo” ou dos conceitos e teorias nas quais o

³ Dupla exposição ou múltipla exposição é basicamente o resultado da soma de duas ou mais imagens diretamente na câmera. O termo surgiu ainda nos primórdios da fotografia analógica, no séc. XIX. Existem diferentes técnicas desta justaposição de imagens, seja na câmera (analógica ou digital) ou com o uso de softwares de edição e tratamento de imagens.

jornalismo se estrutura e se organiza.



Imagem 2 - imagem principal da 1ª página da Folha de S. Paulo: 09/01/2023



Imagem 3 - recorte da 1ª página da Folha de S. Paulo: 19/01/2023

Por fim, há por trás destes dois embates, um terceiro, misturado a eles, mas que será o ponto de partida deste trabalho. Trata-se de de uma discussão de natureza epistêmica: O que faz de uma fotografia, jornalismo? Obviamente, há aqueles que dirão que fotografia é arte, e

a imagem fotojornalística, também. Outros vão afirmar que, como parte da ação jornalística, o fotojornalismo deve mostrar os fatos como um espelho mostra a paisagem, e não os modificar por meio de intervenções.

De que fotografia estamos falando

A fotografia, ao ser utilizada pelos jornais diários e revistas noticiosas, assume evidentemente funções do jornalismo: representar, dar significado, documentar e testemunhar. O fotojornalismo, atividade ligada diretamente à reportagem, tem historicamente a função de reportar visualmente os fatos para o leitor. É uma forma de transportar este leitor para o interior dos acontecimentos noticiosos. A fotografia, ao ser utilizada pelos jornais diários e revistas noticiosas, assume evidentemente funções do jornalismo: representar, dar significado, documentar e testemunhar. Este conceito é empregado, inicialmente, por Sousa (2004b, p. 12), que caracteriza a atividade como aquela que tem o objetivo de “informar, contextualizar, oferecer conhecimento, formar, esclarecer ou marcar pontos de vista (...) através da fotografia de acontecimentos e da cobertura de assuntos de interesse jornalístico”. Para o autor, seu papel social é amplo:

O fotojornalismo é uma atividade singular que usa a fotografia como um veículo de observação, de informação, de análise e de opinião sobre a vida humana e as consequências que ela traz ao Planeta. A fotografia jornalística mostra, revela, expõe, denuncia, opina. Dá informação e ajuda a credibilizar a informação textual (SOUSA, 2004a, p. 9).

Além disso, para pensar o fotojornalismo é preciso refletir sobre a complexidade dessa prática/ fazer, bem como dos discursos que tais imagens constroem acerca do mundo. Se como afirma Beltrão (2006), o jornalismo pode ser conceituado como o ato de informar, as fotografias produzidas com o caráter jornalístico, também devem ser entendidas como informações devidamente interpretadas e apresentadas à sociedade. Isto é, o jornalismo seria uma das muitas formas de se ver e contar a realidade (Tavares & Vaz, 2005). O fotojornalismo seria, pro sua vez, uma forma de contar traduzir esta realidade através de imagens, captadas a partir de regras e princípios pré-estabelecidos, produzindo assim algum tipo de conhecimento sobre os acontecimentos e pessoas envolvidas nestes acontecimentos.

Os acontecimentos para os quais se volta a prática jornalística encontram-se (des)organizadamente dispostos na realidade social, mas não são vazios de sentido. Eles incorporam formas e visões de mundo; corporificam tempos e espaços que lhes são também externos e anteriores; sem, no entanto, deixar de envolvê-los. Assim, o jornalista, como “narrador profissional”, faz convergir para uma esfera de comunicação especializada uma série de elementos já dispostos na trama comunicativa do cotidiano. Nesse sentido, o jornalismo é uma prática especializada, uma forma profissional de narrar o mundo e as várias outras narrativas que dele fazem parte. (TAVARES & VAZ, 2005, p. 228)

Desta forma, ao pensar o fotojornalismo, é preciso entender a fotografia como notícia com caráter informacional sobre um dado acontecimento. Segundo Sontag (1986), o valor fotográfico se dá a partir deste atributo: “a fotografia é valorizada porque nos fornece informações” (SONTAG, 1986, p.21). Entretanto as notícias não são narrativas comuns.

Notícias resultam de um complexo processo de negociações e disputas (sejam internas ou externas). E o sentido resultante de tal processo não se esgota no produto final (a própria notícia). Tal sentido também deve ser buscado nos processos de produção e de recepção. Mais do que informar, o jornalismo opera como mediador da/na sociedade, tecendo a realidade cotidiana em suas esferas macro e micro, organizando sua constante desordem.

Apesar dessa possibilidade de expansão dos sentidos existente no processo de fabricação e apreensão dos acontecimentos e notícias, os conteúdos dos jornais não podem ser vistos como neutros ou imparciais. Ao atender às regras e estratégias de objetivação determinadas pelos programas da “caixa preta” (a redação), o jornalismo acaba por diminuir a complexidade dos fenômenos do mundo frente a aparente capacidade explicativa dos textos que produzem. A utilização no campo jornalístico de normas e regras de construção narrativa pré-determinadas surgem em nome de uma tentativa de aproximação do homem com o mundo, de contar o mundo. Ao buscar resolver o problema da ambiguidade através de soluções técnicas, a prática jornalística produz narrativas “enclausuradas” e simplificadoras. Para Resende (2004), são textos das lógicas, isto é, textos compostos por uma estrutura formal externa que se impõe sobre os conteúdos, um a priori que é aplicado pelos jornalistas como maneira de enquadrar os fenômenos da realidade em formatos pré-determinados.

As técnicas textuais empunhadas pelos jornalistas, acreditando com elas poderem domar a realidade, acabam dominando-os, do mesmo modo como o programa inscrito no interior do aparelho fotográfico faz com o fotógrafo que acredita poder registrar fielmente o mundo (FLUSSER, 2007). As narrativas jornalísticas construídas por meio das técnicas textuais padronizadas - das quais o lide é o exemplo mais evidente - pelos manuais de redação (programas que organizam o jornalismo), amparados pelo discurso da objetividade, sob a pretensão de funcionarem como janelas para o mundo, parecem pertencer à essa categoria que Flusser chama de imagens técnicas. Apesar do jornalismo ser marcado pelo mito da objetividade, não se pode esquecer que tal prática, é, antes de tudo, uma forma particular de olhar e registrar o mundo e a sociedade. A subjetividade está sempre presente e é, por isso mesmo, instrumento de construção dos discursos jornalísticos e aparece de forma implícita nos conteúdos e mensagens.

Da pretensa objetividade jornalística

Embora a fotografia ainda seja vista como uma imagem carregada de objetividade em virtude dos vestígios do real, por conta de sua gênese – esta aparente objetividade é ilusória. Segundo Flusser as imagens técnicas são tão simbólicas quanto todas as imagens e precisam ser decifradas (apesar da extrema dificuldade deste ato) para que os significados possam ser captados.

(...) com efeito, são elas símbolos extremamente abstratos: codificam textos em imagens, são meta-códigos de textos. A imaginação, à qual devem sua origem, é capacidade de codificar textos em imagens. Decifrá-las é reconstituir os textos que tais imagens significam. Quando corretamente decifradas, surge o mundo conceitual como sendo seu universo de significado (FLUSSER, 2002, p. 14).

Assim, na perspectiva flusseriana, o que vemos ao contemplar uma fotografia não é o mundo, nem o objeto, mas determinados conceitos relativos ao mundo (ou ao objeto), a despeito da automaticidade da impressão do mundo sobre a superfície da imagem. No caso das imagens pictóricas é fácil verificar que lidamos com símbolos pois percebemos facilmente a presença de um agente humano por trás da criação das imagens (um pintor), que se coloca entre estas e seus significados. É esse agente humano que elabora os símbolos e os transfere para a superfície da imagem. E quem deseja conhecer tais símbolos e seus significados precisará conhecer o que se passa na cabeça (do agente).

No fotojornalismo, embora tenhamos a ideia da imagem-espelho ainda presente, com a fotografia sendo compreendida como certificado de presença e de verosimelhança (a ideia da imagem como testemunho), a imagem fotográfica é resultado de escolhas: a escolha de um dado enquadramento, dos ângulos e planos de tomada, dos elementos da composição e da objetiva a ser usada, do momento em que o disparador será acionado, etc. Toda imagem, fotográfica, portanto, é resultado de um certo grau de intervenção consideravelmente importante e pode produzir conotações e denotações muito difíceis de serem controladas. Para Flusser (2002) não nos adianta de nada nos perguntarmos o que uma fotografia significa. Para ele “os olhos veem o que ela significa, o resto é metafísica de má qualidade” (FLUSSER, 2002, p. 57).

Testemunho e enquadramento

O testemunho, enquanto função comunicacional, pode ser definido como o uso de uma imagem em uma narração que se afirma verídica e que, muitas vezes, está ligada a tomadas de posições ideológicas e éticas. Isto é, a regra do testemunho implica sempre no agenciamento de uma imagem junto a uma narrativa. A fotografia no jornal, assim é

investida de “valor de prova empírica”. O jornal, ao empregar uma fotografia de um dado acontecimento, nos diz que, o que é por ele narrado é verdadeiro porque a fotografia o mostra desta forma. O leitor acredita que existe uma adequação entre o que narra o texto jornalístico e o que se apresenta na fotografia. Essa é uma regra implícita das estratégias do testemunho e opera independentemente de eventuais intervenções de algum elemento icônico presente na imagem. E aí reside um problema: a norma ética que deveria reger tanto o texto jornalístico quanto a imagem, acaba por ser transposta na fotografia e apresentada como característica dessa; e nos leva a uma situação em que a possibilidade de que o que a fotografia nos apresenta ser plausível, deixa de ser exclusiva do estatuto indicial da imagem e torna-se possível pelo conhecimento do *arché* fotográfico (que é sempre pressuposto).

Isto é, o receptor da fotografia sabe de antemão que ela deve corresponder a uma certa situação, mas esse conhecimento funciona como condição de possibilidade e torna-se responsável pela veracidade de uma compreensão específica. Enquanto a questão da verdade deveria ser posta em relação ao que o discurso afirma sobre o que a fotografia mostra (entre o que o texto diz e o que é mostrado), a norma do testemunho identifica o dito com o que é mostrado e isso implica numa veracidade intrínseca do dito desde que ele acompanhe o mostrado; isto é, o discurso jornalístico será verdadeiro desde que ele diga exatamente o que é mostrado na imagem. Enquanto testemunho jornalístico, a fotografia tem um papel crucial, embora o discurso possa até dispensar a imagem. Quando a fotografia surge na narrativa jornalística, como parte da reportagem, a imagem aumenta a força persuasiva da mensagem. Isso graças a sua presença icônica e ao estatuto de sua função indicial. A força persuasiva da fotografia varia segundo o tipo de imagem utilizada. Mas o testemunho fotográfico privilegia as fotografias com forte tensão situacional. Não é apenas dar ênfase ao uso de imagens que se referem a acontecimentos instáveis, mas dar também atenção ao uso de imagens que retêm momentos de tensão na sequência dos acontecimentos e oferecem ao leitor o instante em que algo vai ocorrer, o clímax do acontecimento.

Uma fotografia torna-se testemunho quando inscrita em uma estratégia comunicacional precisa. Há fotografias que a consciência coletiva universaliza e atribui-lhes uma função simbólica: são dissociadas de seu universo concreto e tornam-se indefinidamente reutilizáveis por contextos diversos. O real – as marcas do referente – é despojado de seu traço visual e a imagem é reificada numa coleção de arquétipos mediáticos. A função simbólica não seria portanto, o resultado de uma institucionalização receptiva, mas uma característica intrínseca do ato fotográfico (do *fazer fotográfico*). Aplicada às estratégias do testemunho, essa mostra nos permite enxergar o momento decisivo (da

fotografia) como algo que não se sujeita à mensagem verbal, e que concentra em si, tanto os índices de sua origem como seus resultados. Desta forma, ele não precisaria de narrativas acessórias, mas ele próprio seria capaz de revelar a totalidade do acontecimento do qual é extraído.

Assim, a escolha do momento decisivo serve para exprimir o significado universal do acontecimento. Para Barthes (1984), as imagens choque (tomadas aqui como exemplos desses momentos decisivos) seriam carregadas de estereótipos “legíveis”. Entretanto, para Barthes, essa auto-interpretação deveria reduzir-se à inclusão na imagem, de convenções visuais, de elementos da gramática visual, que deveriam fazer parte de uma memória coletiva. O receptor não decodifica uma mensagem, mas reconhece um estereótipo, “um significado convencional ligado às transposições visuais de certos *topo* semânticos, existindo, portanto, independentemente de sua realização fotográfica presente” (SCHAEFFER, 1996, p. 138). É porque se dá conta dessa independência entre a função simbólica e a impressão que o receptor acredita numa intencionalidade específica da parte do fotógrafo, que vai além daquela que consiste em querer mostrar o que a imagem manifesta na superfície.

Como já afirmava Flusser (2002), não é preciso querer buscar sentido para além daquele que se apresenta na superfície das imagens. O que nos interessa é que “mostrar”, já é uma forma de “dizer”. Obviamente que fotografias não se limitam a nos *fazer ver*. Elas também nos *fazem pensar*. Embora possa soar estranho, elas não precisam pensar por nós.

Captar e editar fotografias jornalísticas

Muito se sabe e se discute acerca dos processos criativos e técnicos da produção das imagens fotográficas. Na origem, a fotografia absorveu muito das técnicas de produção e criação visual, notadamente pela forte influência de pintores, desenhistas e gravadores que, diante do surgimento dos primeiros processos fotográficos, abandonaram as velhas técnicas de produção de imagens e abraçaram a fotografia. No campo do fotojornalismo, grandes fotógrafos influenciaram e construíram um *corpus* robusto de técnica e estética visual que até hoje influencia e estabelece a forma de se produzir o que chamamos de “bom fotojornalismo”: o momento decisivo de Cartier-Bresson, a proximidade com o acontecimento de Robert Capa, o sistema de zonas de cinza de Ansel Adams e as regras de captação de imagens, criadas por Henry Luce, para a Revista Life. Também não podemos esquecer do padrão “Magnum Photos” de bom fotojornalismo: imagens dramáticas, o realismo documental, a narratividade e a expressão estética.

Assim, ao fotografarmos um evento, muito desta técnica e dessa estética visual aparece (na escolha dos parâmetros técnicos da câmera, na escolha da objetiva, no emprego dos elementos da gramática visual, etc.). Entretanto, como já refletimos aqui, uma fotografia não é resultado apenas do momento em que apertamos o botão.

Os primeiros trabalhos sobre a edição fotográfica (Vitray, Millis e Ellard, 1939) buscavam criar uma fórmula matemática para determinar o grau de interesse do leitor em relação às imagens. Os autores criaram um esquema de pontuação das fotografias que levava em consideração: (a) o valor noticioso do evento ou acontecimento presente na imagem; (b) a notoriedade do tema abordado; (c) a quantidade de ação presente na fotografia. Este processo de valoração das imagens para seleção e edição demonstrou-se obviamente problemático, já que muitos editores não conseguiam aplicar essa valoração pois não conseguiam definir as notícias, fornecer critérios para medir a notoriedade de um assunto ou estabelecer meios de quantificar o grau de ação na imagem. Nos anos seguintes, trabalhos como o de Kalish e Edom (1951) propõem novos critérios. Ao editar, além de procurarem fotografias que contivessem notícias, notoriedade e ação, era necessário perceber certos padrões como contrastes fortes em valor tonal, a possibilidade de serem cortadas de forma distintiva, como horizontais extra largas ou verticais super estreitas e que, tais imagens ao serem apresentadas aos leitores, elas deveriam manter o interesse. Mas, apesar dos esforços destes teóricos, não podemos afirmar que tais fórmulas sejam as técnicas mais eficientes para o processo de edição das fotografias jornalísticas. Assim, cada jornal, revista ou profissional usará da experiência e de uma boa dose de sexto sentido para estabelecer os parâmetros a serem usados nos processos de edição fotográfica. Atualmente, a maioria das agências de notícias e jornais seguem um padrão de edição construído empiricamente a partir das experiências pessoais ou da observação das reações dos leitores diante das fotografias publicadas. A partir das diretrizes editoriais das agências internacionais *Reuters* e *Associated Press - AP* e dos jornais *El País* (Espanha) e *Folha de S. Paulo* (Brasil) é possível elencar alguns parâmetros e normas de trabalho, para seleção de fotografias, observadas nas redações:

1. O primeiro passo do processo de edição é executar uma seleção numérica, descartando as imagens que sejam parecidas, tenham interferências, má iluminação ou qualquer tipo de defeito técnico;
2. Quanto maior a distância do fato noticiado, menos será o interesse pelo mesmo. Isto pode, muitas vezes, levar o editor a escolher ou publicar imagens controversas ou impactantes simplesmente por considerar que a distância do acontecimento afetará o impacto da imagem sobre o leitor;

3. A situação fotografada deve ser clara ou o mais evidente possível. Imagens que precisam ser “explicadas” por um texto auxiliar podem não ser necessárias ou não ter efeito sobre o leitor;
4. O fechamento da edição é sempre mais importante do que a qualidade técnica das imagens publicadas. Assim, em situações trágicas ou de acontecimentos de grande importância, se publicará as imagens que chegarem à redação, não importando a qualidade técnica ou o aspecto formal do material. Isso só não se aplica se a fotografia for de péssima qualidade;
5. As fotografias devem se adequadas às normas estabelecidas quanto a formato, enquadramento, legendas e aspectos estéticos. Se uma fotografia não se enquadra nestas moldes pré-estabelecidos, o editor deve verificar como adequar melhor o material, inclusive cortando as imagens e alterando o seu formato;
6. Na hora de selecionar uma fotografia, o editor deve levar em conta a área de difusão desta (local, regional, nacional,...). Uma fotografia de grande impacto ou qualidade, mas de interesse apenas local, dificilmente será selecionada para uma publicação nacional ou internacional;
7. Outro critério máximo de seleção de fotografias refere-se à relevância social do sujeito fotografado. A importância do sujeito retratado pode obrigar ao editor pela seleção da imagem, mesmo que não seja a mais interessante das fotografias disponíveis;
8. Hierarquicamente, fotografias de pessoas são mais atraentes do que imagens de paisagens ou de objetos. Fotografias de pessoas em situação de extrema pobreza, marginalizados ou situações desagradáveis devem ser evitadas se a intenção também for apenas de ilustração, salvo se a motivação da reportagem exigir este tipo de fotografia;
9. Em todos os casos, a seleção das fotografias deve levar em consideração o impacto visual que a fotografia, por sua qualidade, conteúdo ou originalidade faça que o leitor se detenha a contempla-la e; fotografias devem enriquecer a informação, deve dizer o que precisa ser dito.

Obviamente, estes parâmetros não são estanques. Kenneth Kobre (2011) ao analisar o processo de edição do jornal *Washington Post - WP* (EUA) observa que a equipe de editores hierarquizam as imagens em quatro categorias: (a) fotografias informativas; (b) fotografias graficamente atraentes; (c) fotografias emotivas e (d) fotografias íntimas. Esta categorização das imagens estabelece uma graduação valorativa em que as fotografias informativas recebem a classificação mais baixa, enquanto as imagens classificadas como íntimas representariam, nesta classificação, o maior desafio.

Usando a AMA - análise da materialidade audiovisual

Embora existam diversas metodologias para análise da imagem fotográfica, optamos por aplicar, neste trabalho, a AMA - análise da materialidade audiovisual, metodologia que vem sendo empregada desde 2003 por um grupo de pesquisadores. Desde 2003, quando Iluska Coutinho buscou compreender as estruturas da narrativa televisiva, a pesquisadora identificou uma necessidade de ampliar as categorias de análise inicialmente estabelecidas pela metodologia da Análise de Conteúdo o que exigiu maneiras de repensar esta forma de pesquisa. A partir dessa verificação e, no âmbito dos estudos cada vez mais voltado para as peculiaridades do audiovisual com vistas a interação entre ele e o que ele comunica e afeta cabe destacar um aspecto relevante entre os pesquisadores da comunicação. É que os pesquisadores do audiovisual, uma vez também comunicadores, frequentemente se veem num “não espaço” de múltiplas afetações. Enquanto sujeito está passível da afetação atribuída ao público. Vivencia ainda a afetação estabelecida enquanto produtor em resposta a reação diante do material e ao que o público demandou. Há ainda a observação diante do domínio de práticas profissionais e tudo isso pode esconder uma armadilha. Iluska Coutinho (2016) sugere que a pesquisa feita por jornalistas leva parte considerável das relações e das maneiras de narrar durante o exercício da profissão.

Os pesquisadores em sua maioria partilham além do interesse temático uma trajetória de vida que inclui a vivência nas redações (...), a experiência profissional no jornalismo. (...) Jornalistas-pesquisadores, os estudiosos parecem trazer em suas narrativas parte de sua inscrição nesse campo profissional. O apagamento das reflexões sobre os métodos e seus limites poderia assim ser relacionado a um efeito de sentido inscrito nos modos de narrar, também em textos científicos. (COUTINHO, 2016, p.4).

Focada em observar elaborar uma análise que driblasse essa “traquinagem da pesquisa” a autora se debruçou sobre os estudos de comunicação de outros autores para mapear e identificar quais eram as metodologias mais comuns e como as pesquisas se desenvolviam na busca quase que utópica por um distanciamento positivista do objeto pesquisa. Os dados do levantamento chamam a atenção para a ausência de procedimentos metodológicos em 67,41% dos trabalhos observados. A análise de conteúdo desponta como a alternativa de pesquisa de 25% dos autores. Uma das observações mais relevantes, descrita por Coutinho e Matta (2018) foi a “predominância de um dos elementos do código televisual (texto, som, imagem, edição) nas etapas de descrição e análise apresentadas nas pesquisas relatadas”.

Tendo inquietação sobre tais resultados a leitura analítica da produção jornalística a partir da dimensão material passa a figurar como uma das preocupações centrais do trabalho

desenvolvido pelo Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA). Para os autores a experiência de consumo dessas narrativas não pode ser negligenciada, muito pelo contrário, precisa estar no centro das percepções ao definir o percurso da investigação acadêmica. Observar o produto jornalístico (isso inclui a fotografia, usada pelo jornalismo impresso e digital) na perspectiva da compreensão da forma de avanços dos conflitos e situações problema em cada produto mas também no noticiário como peça informativa, permitiria associar instâncias racionais, descritivas, e sensoriais, tais como aquelas mobilizadas quando se experimenta, acompanha e/ou interage com o jornalismo. A metodologia envolve uma avaliação descritiva e outra interpretativa do material audiovisual a ser investigado. Observa-se, uma vez identificado o objeto empírico e feita a leitura inicial dele, o fluxo narrativo definido, as promessas de gênero, os elementos paratextuais, quadros mobilizados, o conteúdo da narrativa de uma forma integrada.

No caso dos produtos televisivos, as pesquisas tomam como objeto de avaliação a unidade “texto+som+edição” em toda sua complexidade de códigos, sentidos e símbolos, tendo a compreensão de que as análises que envolvem procedimentos de decomposição/transcrição de códigos descaracterizariam a forma de enunciação/ produção de sentido reportagens audiovisuais, noticiários ou outros programas televisivos, e assim representariam um afastamento de sua experiência de consumo e mesmo de sua verdade intrínseca. No caso das imagens fotográficas, a unidade avaliativa deve ser formada pelo conjunto imagem+texto+suporte+edição.

A análise dos elementos que compõem esta unidade de avaliação envolve desde o conhecimento das emoldurações (enquadramento, critérios político-editoriais e ideológicos envolvidos) daquilo que se busca analisar, passando pela compreensão das promessas ou modos de endereçamento, suas formas de anúncio reconhecidas nos mais diferentes espaços de divulgação e apresentação (posição e formato das imagens nas páginas impressas ou páginas web, títulos, legendas e textos que acompanham as imagens, etc.), pelo mapeamento preliminar do objeto ou materialidade audiovisual a analisar até o estabelecimento dos eixos e categorias de avaliação, realizado em diálogo com o referencial teórico e com as questões motivadoras de cada investigação. A identificação do objeto empírico a ser investigado envolveria ainda o (re)conhecimento dos elementos paratextuais que se inscrevem em uma determinada materialidade visual, ou nos produtos intermediários em diálogo com ela.

As imagens de Janeiro/ 2023



Imagem 4: 02/01/2023



Imagem 5: 09/01/2023



Imagem 6: 19/01/2023

As capas do jornal Folha de S. Paulo, publicadas em janeiro de 2023, trazem três fotografias que utilizamos como objetos empíricos para análise. Embora se possa produzir análises das imagens isoladas, fora do contexto/páginas onde foram publicadas, de imediato podemos perceber que, enquanto produto jornalístico, estas deve ser analisadas como parte de uma estrutura maior (imagem+textos+suporte+edição).

Assim, a primeira imagem, do presidente Lula subindo a rampa do Planalto, durante sua posse para o terceiro mandato, não pode ser observada isoladamente, mas precisa ser analisada a partir do conjunto. O mesmo ocorre com a imagem das vidraças destruídas. Por fim, a imagem de um Lula alvejado, numa fotomontagem (onde a legenda talvez seja a única coisa não vista pelo leitor - cujo olhar impactado pela cena, provavelmente ficará “circulando” sobre a imagem, sem ser capaz de ver os demais elementos da página) talvez seja a imagem mais interessante para analisar. Todas as reações, algumas apresentadas na introdução deste texto, decorrem da impossibilidade de pensar a imagem fotográfica como elemento isolado, ainda que, como já afirmava Flusser (2002), não seja preciso querer buscar sentido para além daquele que se apresenta na superfície das imagens. O que nos interessa é que “mostrar”, já é uma forma de “dizer”. Obviamente que fotografias não se limitam a nos fazer ver. Elas também nos fazem pensar. Embora possa soar estranho, elas não precisam pensar por nós.

Conclusão

Embora a tradição da produção de fotografias no jornalismo procure privilegiar o conteúdo (informação), é fundamental levar em consideração que toda imagem é o resultado da relação entre conteúdo e forma com os repertórios culturais dos receptores. Logo, é preciso que tal relação seja analisada em seu contexto histórico e social, a fim de efetivamente analisar as interações específicas do gênero com os processos de compreensão dos espectadores e a consequente prevalência de determinadas narrativas, dentre outras possíveis, sobre o mundo e a história. Só assim é possível explorar o conteúdo ideológico de uma dada fotografia e apontar como ela é mobilizada nos discursos particulares. Sem uma compreensão de como as fotografias (enquanto um meio) foram construídas, através da prática e do discurso, torna-se impossível analisar como elas influenciam a percepção do espectadores.

Embora a crítica contemporânea do fotojornalismo tenha se empenhado em debater questões éticas a partir de sua estetização, é possível que novas discussões possam surgir em torno do problema da eficácia do fotojornalismo em ampliar ou obscurecer questões sociais e políticas.

Muitas vezes, ao invés de informar o leitor sobre as causas e implicações particulares de certos eventos, em certo tempo e lugar, as fotografias apenas aspiram ao lugar de ícones, de imagens utilizadas para representar temas supostamente universais sobre a humanidade. Neste sentido, este modo de abstração da representação pode limitar o que os espectadores dessas imagens podem aprender sobre o mundo, com a oferta de certos sentidos sobre a dignidade humana e o sofrimento, a brutalidade de certos acontecimentos e o testemunho do fotógrafo. A questão do que pode ser apreendido a partir de fotografias ainda é importante, pois como assinala Sontag (1984), o mais simples acontecimento, se fotografado, será fatalmente afetado por este ato aparentemente simples: no conhecimento adquirido através das fotografias, sempre haverá algum tipo de sentimentalismo, cínico ou humanista.

Referências

- AGAMBEN, Giorgio. **O que resta de Auschwitz**. São Paulo: Boitempo, 2007.
- AGEE, James e EVANS, Walker. **Elogiemos os homens ilustres**. São Paulo: Cia das Letras, 2009.
- ARDILLA, Diego Caballo (Org.) **Fotoperiodismo e edicion**. Madrid: Editorial Universitas, 2ª edição, 2006.
- AUMONT, Jacques. **A imagem**. Tradução de Estela dos Santos Abreu. 2. ed. Campinas, SP:
- BAEZA, Pepe. **Por una función crítica de la fotografía de prensa**. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.

BARTHES, Roland. **A Câmara Clara**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BELTRÃO, Luiz. **Teoria e prática do jornalismo**. Adamantina: Cátedra Unesco de Comunicação e Edições Omnia, 2006.

CASTELLANOS, Ulises. **Manual de fotoperiodismo – retos e soluciones**. Mexico, DF: Universidad Iberoamericana, 2003.

COUTINHO, Iluska. **O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível**. São Paulo: Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, INTERCOM, 2016.

DUBOIS, Philippe. **O acto fotográfico**. Lisboa: Veja, 1992. 163 p.

FELIPPI, Ângela, SOSTER, Demétrio de Azeredo e PICCININ, Fabiana (org.). **Edição de imagens em jornalismo**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2008.

FERREIRA, Jorge Carlos Felz. **O fotojornalismo na web**. Dissertação de Mestrado. S. B. Do Campo: Universidade Metodista de S. Paulo, 2005.

_____. **Narrar a Guerra - a produção de sentidos no fotojornalismo**. Tese de Doutorado. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2013.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta – ensaios para uma futura filosofia da fotografia**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

_____. **O universo das imagens técnicas**. São Paulo: Annablume, 2008.

_____. **O mundo codificado – por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FOLHA DIGITAL. Disponível em: www.edicaodigital.folha.com.br

GOMES, Wilson, **Um tiro na vidraça, outro no coração**. Revista Cult (digital). disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/um-tiro-na-vidraca-outro-no-coracao/>.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas, SP: Papyrus, 2006. 152 p. Papyrus, 1993.

RESENDE, Fernando. **O olhar às avessas: a lógica do texto jornalístico**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Estudos do Jornalismo”, do VIII Encontro da Compós. São Bernardo do Campo, SP, 2004. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_668.pdf.

SONTAG, Susan. **Ensaio sobre fotografia**. Lisboa: Editora Veja, 1984.

SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo**. Introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. Florianópolis, Brasil: Letras Contemporâneas, 2004a. 124 p.

_____. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Chapecó: Argos; Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004b. 255 p.